Sílabo del Curso

EXPERIENCIAS FORMATIVAS INTERMEDIAS

(MARKETING PERSONAL)

I.- Información General

Carrera Profesional	Escuelas de Gestión, Banca, ETI y Comunicaciones.
Semestre Académico	IV
Módulo	II
Pre requisito	Experiencias Formativas Básicas
Créditos	4
Horas por semana	2
Modalidad	Presencial.

INSTITUTO SUPERIOR PRIVADO PERUANO DE SISTEMAS "SISE"

II. SUMILLA DE LA ASIGNATURA

La unidad didáctica de Marketing Personal, corresponde al grupo de Experiencias Formativas en Situación Real de Trabajo, perteneciente al semestre académico IV, Modulo II del programa de estudios de las Escuelas de Gestión, Banca, ETI y Comunicaciones. Es de naturaleza teórica y tiene un total de 2 horas.

El propósito del curso es potenciar la marca personal de los estudiantes. Analiza sus habilidades, estrategias de desarrollo y potencia su posicionamiento e imagen personal; publica un cv de impacto como parte del proceso en su desarrollo profesional a través de un blog.

III. PROGRAMACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de aprendizaje	Duración por N° de semanas
Marca Personal	1° a 3° semana
La Comunicación e imagen personal	4° a 6° semana
Él éxito personal y profesional	7° a 9° semana
Recuperación de Sesiones	10 semana
Evaluaciones Finales	11 semana
Evaluaciones Sustitutorias	12 semana

IV. PROGRAMACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE I
MARCA PERSONAL

CAPACIDADES POR DESARROLLAR EN LA UNIDAD

- Reconoce la importancia del Marketing Personal en su desarrollo profesional.
- Identifica su valor diferencial a través de la aplicación de la técnica FODA.
- Conoce las principales habilidades interpersonales y pone en práctica las estrategias para su fortalecimiento.

N° DE SEMANA	SESIÓN	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL
1	1	➢ Marketing Personal: - Definición - Componentes: la personalidad, relaciones interpersonales, proyección profesional, salud y administración del tiempo y dinero.	➢ Relaciona los conceptos con la imagen que busca proyectar como profesional.

		- Marca personal y marca corporativa	➢ Identifica las diferencias entre marca personal y marca corporativa.
2	1	➢ Mi Marca Personal: - Autoestima - Autoconocimiento y su importancia - Mi FODA Personal y profesional - Mi valor diferencial	➢ Comprende la importancia del valor propio (autoestima) y el autoconocimiento, para el desarrollo de su marca personal. ➢ Reconoce sus habilidades y área de mejora a través del FODA.
3	1	➢ Habilidades Interpersonales: - Definición - Principales habilidades interpersonales: Trabajo en equipo, comunicación, liderazgo y adaptabilidad al cambio - Cómo fortalecer mis habilidades interpersonales Evaluación N° 1: Técnica: Organizadores de Información Instrumento: ficha para evaluar organizadores	➢ Conoce las principales habilidades interpersonales y evalúa su nivel de desarrollo. ➢ Aplica estrategias para potenciar el desarrollo de las habilidades interpersonales. ➢ Elabora (cada grupo), organizadores de información, sobre los temas tratados.

CONTENIDO ACTITUDINAL

- ➢ Valora la interacción con sus pares en la construcción de nuevos conocimientos.
- ➢ Muestra respeto por las opiniones de sus compañeros.
- ➢ Coopera en la elaboración de trabajos asignados.

UNIDAD DE APRENDIZAJE II
LA COMUNICACIÓN E IMAGEN PERSONAL

CAPACIDADES POR DESARROLLAR EN LA UNIDAD

- ➢ Reconoce la comunicación y sus componentes como base fundamental en el desarrollo de su marca personal.
- ➢ Aplica el estilo asertivo para fortalecer su nivel de comunicación interpersonal.
- ➢ Comprende la importancia de la imagen personal como parte de su desarrollo profesional.

N° DE SEMANA	SESIÓN	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL
4	1	➢ La comunicación: - Definición - Componentes de la comunicación	➢ Conoce los componentes que conforman la comunicación y su importancia en el mensaje.

		- Estilos de la comunicación (asertivo, pasivo, agresivo).	➢ Identifica el mejor estilo de comunicación a aplicar a nivel personal y profesional.
5	1	➢ La comunicación: - Lenguaje verbal: vocalización, entonación y velocidad - Lenguaje no verbal: contacto visual, los gestos, las posturas, etc. **Evaluación Parcial:** Técnica: análisis de contenido Instrumento: ficha para evaluar ensayos	➢ Aplica estrategias para fortalecer su comunicación a nivel verbal y no verbal. ➢ Redacta un ensayo sobre la comunicación, sus estilos y estrategias a considerar a nivel verbal y no verbal.
6	1	➢ Imagen Personal: - Concepto e Importancia - Protocolo y etiqueta empresarial (imagen corporativa) - Vestimenta Evaluación N° 2: Técnica: Análisis de contenido Instrumento: ficha para evaluar ensayos	➢ Identifica los elementos de una imagen positiva para su desarrollo personal. ➢ Redacta un ensayo sobre la importancia de la Imagen personal y las principales recomendaciones.

CONTENIDO ACTITUDINAL
- ➢ Participa activamente en los trabajos asignados en la sesión de clase.
- ➢ Valora la interacción con sus pares en la construcción de nuevos conocimientos.
- ➢ Muestra respeto por las opiniones de sus compañeros.

UNIDAD DE APRENDIZAJE III
EL ÉXITO PERSONAL Y PROFESIONAL

CAPACIDADES POR DESARROLLAR EN LA UNIDAD
- ➢ Reconoce el impacto de su marca personal, en su desarrollo profesional.
- ➢ Identifica el networking como estrategia para potenciar relaciones a nivel laboral.
- ➢ Define el éxito y ejecuta un Plan estratégico personal y profesional.

N° DE SEMANA	SESIÓN	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL
7	1	➢ Comunicación de mi Marca Personal ➢ Posicionamiento e Importancia de la reputación profesional y personal. - El networking - Impacto de la visibilidad (a nivel corporativo, redes, etc.).	➢ Aplica estrategias para difundir y posicionar su marca personal. ➢ Practica el networking para incrementar su red laboral.
8	1	➢ El éxito - Definición - Pilares del éxito	➢ Define el éxito y sus pilares, a nivel personal y profesional.

		- Éxito a nivel profesional y personal (características) - Plan estratégico personal y Plan estratégico profesional Evaluación N°3: Técnica: Mapas /organizadores de información Instrumento: ficha para evaluar organizadores	➢ Domina el proceso para la elaboración de un plan estratégico. ➢ Elabora un plan estratégico para lograr el éxito a nivel personal y profesional.
9	1	➢ El éxito - Cómo lograr el éxito profesional - Mi perfil profesional: CV de impacto Evaluación N° 4: Técnica: Observación CV de impacto Instrumento: Lista de cotejo	➢ Aplica estrategias para el logro del éxito a nivel profesional. ➢ Elabora un CV de impacto, aplicando las estrategias sugeridas a través de un blog.
CONTENIDO ACTITUDINAL ➢ Demuestra aptitudes positivas para asimilar y aplicar nuevos conocimientos ➢ Tolera las diferentes opiniones de sus compañeros de clase. ➢ Coopera en todos los trabajos de manera responsable con sus compañeros.			

V. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS:

Según el modelo educativo SISE, con un enfoque por competencias se aplicará las siguientes estrategias metodológicas en sus sesiones de aprendizaje:

Estrategias metodológicas	Fundamentación
Autoaprendizaje	A diferencia de la educación en el aula, el autoaprendizaje, con apoyo en las tecnologías de la información y la comunicación, basa su comunicación en el texto escrito, lo cual implica por parte de los estudiantes y de los docentes un importante esfuerzo en la lectura.
Proyectos	Acercar una realidad concreta a un ambiente académico por medio de la realización de un proyecto de trabajo. Estimula el desarrollo de habilidades para resolver situaciones reales.
Aprendizaje basado en problemas -ABP	Los estudiantes deben trabajar en equipo, sintetizar y construir el conocimiento para resolver los problemas que por lo generalmente han sido tomados de la realidad.
Método de casos	Útil para iniciar la discusión de un tema. Para promover la investigación sobre ciertos contenidos. Se puede plantear un caso para verificar los aprendizajes logrados. Problemas relacionados con tu área de especialidad.

Flipped Learning (Aula Invertida)	Transferir actividades de aprendizaje fuera del aula para adquirir los conceptos teóricos de los estudiantes, que utilizaran en el tiempo de clase presencial para potenciar procesos de aprendizaje prácticos. Aprenderás haciendo (Learning by Doing)

VI. EVALUACIÓN:

El instituto superior SISE presenta un modelo educativo que busca medir el desarrollo de las competencias (conceptuales, procedimentales y actitudinales), por lo tanto, consideramos que la evaluación es una actividad sistemática y continua, centrada en el aprendizaje del estudiante, que lo retroalimenta oportunamente con respecto a sus progresos durante todo el proceso de enseñanza - aprendizaje y que le permita obtener la nota mínima de trece.

La evaluación es el proceso de obtener, seleccionar y analizar la información de forma continua, para emitir un juicio orientado a la toma de decisiones. La evaluación debe ser concebida como un proceso permanente, acumulativo, preferentemente cualitativa más que cuantitativa, por ello, la evaluación tiene como finalidad la evaluación sumativa y formativa.

Consideramos que la evaluación sumativa permite la valoración de productos, procesos o aprendizajes que se consideran terminados, con el fin de determinar si el resultado es positivo o negativo, si es válido para lo que se esperaba o si no se logró lo deseado, este proceso se cumple en nuestra institución cuando los docentes realizan la evaluación aplicativa, para obtener resultados en el cierre de la sesión de aprendizaje. Se suma a este proceso la evaluación formativa porque nos permite diagnosticar, retroalimentar y posibilitar acciones para el progreso del aprendizaje de los estudiantes.

También sabemos que la retroalimentación es de vital importancia y lo realizamos mediante la aplicación de la metacognición que nos permite autorregular el propio aprendizaje en el proceso de evaluación mediante las siguientes interrogantes:

¿Qué aprendimos hoy?, ¿Cómo lo aprendimos?, ¿Te fue fácil o difícil?

También los docentes pueden seleccionar diversas técnicas e instrumentos dentro del proceso de evaluación, tales como:

Técnicas	**Instrumentos**
Entrevista/Cuestionario/observación	Lista de cotejo, listado de preguntas
Análisis de contenido	Ficha para evaluar: trabajos de investigación, informes, manuales, monografías, ensayos, análisis de contenido, pruebas escritas, ficha de comprensión de lectura y rúbrica.
Mapas/Organizadores de información.	Ficha para evaluar organizadores: conceptuales, mentales, semánticos, esquemas, gráficos.
Análisis de producto	Ficha para evaluar: maqueta, boletín, trípticos, esquemas, álbum, fotografías, dípticos, revistas, portafolio virtual, blog y paper académico.

VII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

EVALUACIONES	ENFOQUE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		
	TEÓRICO	PRÁCTICO	MIXTO
Evaluación Parcial	30%	25%	40%
Evaluación Final	35%	30%	25%
Evaluación Aplicativa (PEA)	35%	45%	35%
	100%	100%	100%

VIII. RECURSOS DIDÁCTICOS Y TICS

- Medios: videos, internet, campus virtual, multimedia, software y vínculos relacionados.
- Materiales: sílabo, textos de consulta, separatas, láminas, material concreto y papelógrafos.

IX. RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS / BIBLIOGRAFÍA

9.1 Bibliografía básica:

- Guevara, M (2007). *Buenos Modales, Guía de Comportamiento, Etiqueta y Urbanidad*. México: Edit. Alfaomega. ·
- Holler, Frida. (2008). *Ese dedo meñique en el trabajo.* Lima: Edit. Planeta Perú
- *Marketing Personal: 100 claves para valorar su imagen*. México: Edit. Quarzo.
- *Personal Branding. Hacia la excelencia y la empleabilidad por la marca personal* (2011). España: Edit. Madrid Excelente.
- Yapp, N. (2010). *Etiqueta en la Empresa y los negocios*. Lima: Edit. San Marcos.

9.2 Bibliografía de la biblioteca virtual SISE

- Marketing, Publishing. El plan de marketing personal, Ediciones Díaz de Santos, 1989. ProQuest Ebook Central,

https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecasisesp/detail.action?docID=3175203.

- Leyva, Ada. Marketing en esencia: gestiona tu marca personal, profesional y empresarial, Ediciones Granica, 2016. ProQuest Ebook Central, https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecasisesp/detail.action?docID=4824313.
- Prieto, José M. Psicología del trabajo y formación del personal en la transformación europea. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones. 1991, Vol. 7 (20) 14 páginas, Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid, 2003. ProQuest Ebook Central, https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecasisesp/detail.action?docID=3156521.

9.3 Bibliografía virtual / direcciones electrónicas

- https://es.slideshare.net/comoganardineroahora/32-que-es-el-marketing-personal-ppt
- http://montsemarketing.wordpress.com/tag/plan-de-marketing-personal/
- https://elcomercio.pe/blog/empresariodetuempleo/2016/08/un-vistazo-a-su-marketing-personal
- http://udep.edu.pe/alumni/marketingpersonal/

El presente silabo se encuentra aprobado por el Jefe de Escuela de la especialidad.

Si Ud. tuviera algún aporte que realizar, ingresar en:

www.tecnosise.com/aporte_silabos